



COMPRENDER LA ECONOMÍA DE LA CULTURA COMO VÍA PARA SALIR DE LA CRISIS



Pau Rausell-Köster



Pau Rausell-Köster (Gandia, 1966), doctor en economía aplicada, es profesor titular del *Depto. de Economía Aplicada* de la *Univ. de València*. Desde 1995 es director de la *Unidad de Investigación en Economía de la Cultura (Econcult)*, adscrita desde 2008 al *Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local (IIDL)*. Es autor de numerosas publicaciones sobre relación entre cultura y desarrollo, y sobre economía de la información y la comunicación. Dirige proyectos de investigación europeos y participa en otros orientados al área iberoamericana. Profesor de postgrados sobre gestión cultural, economía creativa, y patrimonio en universidades españolas y latinoamericanas. Ponente invitado en numerosas conferencias. Promueve plataformas y emprendimientos alrededor de la cultura y la comunicación como *Impactrimonio*, *Magacim*, *Mujeres con habitación propia*, *Congresocietats-*

musicals o el *Observatorio Valenciano de la Cultura*.

<http://orcid.org/0000-0003-2274-7423>

Instituto de Desarrollo Local, Universidad de Valencia
Avda. dels Tarongers, s/n. 46021 Valencia, España
pau.rausell@uv.es

Resumen

Defensa de la necesidad de redefinir las políticas culturales, convirtiéndolas en el eje central de las acciones para salir de la crisis. Aunque el objetivo intrínseco de la política cultural es la satisfacción de los derechos culturales de los ciudadanos, en muchos casos ni siquiera éstos se cumplen. Hay que proponer unas políticas culturales de nueva planta que persigan dichos derechos pero que también sean capaces de dirigir la transformación del modelo productivo y la persecución de otros objetivos sociales. La dimensión de los sectores culturales tiene efectos causales sobre la riqueza de las regiones europeas. Esta nueva política deberá reconocer de una nueva manera los derechos de propiedad intelectual y sus derechos económicos asociados, facilitar el emprendimiento cultural, democratizar el uso de los equipamientos y los espacios públicos y tratar de conocer en mayor profundidad la relación entre el individuo y el hecho cultural.

Palabras clave

Economía de la cultura, Políticas culturales, Derechos culturales.

Title: Understanding the economics of culture as a way to overcome the crisis

Abstract

A defence for the need to redefine cultural policies, making them the focus of efforts to end the economic crisis, is presented. Although the intrinsic goal of cultural policy is the satisfaction of citizens' cultural rights, in most cases even these are not fulfilled. We propose brand new cultural policies that pursue such rights but are also able to lead the transformation of the production model and the achievement of other social goals. The dimensions of the cultural sectors have causal effects on the wealth of European regions. The proposed new policy should recognize intellectual property rights and their economic effects in a new way, facilitate cultural entrepreneurship, democratize the use of the premises and public spaces, and try to understand in more depth the relationship between individuals and cultural facts.

Keywords

Cultural economics, Cultural policies, Cultural rights.

Rausell-Köster, Pau (2013). "Comprender la economía de la cultura como vía para salir de la crisis". *El profesional de la información*, julio-agosto, v. 22, n. 4, pp. 286-289.

<http://dx.doi.org/10.3145/epi.2013.jul.02>

¿En que momento se jodió el negocio?

A pesar de que se ha utilizado por más de un articulista en los últimos tiempos, déjenme que haga referencia a la frase de "Zabalita", en la *Ciudad y los Perros* de Vargas Llosas. ¿En

qué momento se jodió el Perú? ¿En qué momento nos hicieron bajar a los europeos del pedestal de la primacía mundial para que nos ocupemos en resolver problemas de nutrición de nuestros niños, para que tratemos de convencer a los fondos de inversión chinos de que nuestra deuda soberana

Artículo invitado

Recibido el 08-07-2013

es fiable, o engañar a la troika europea de que esta vez la reducción de los gastos va en serio y que definitivamente vamos a transformar estructuralmente nuestro sistema financiero, nuestro mercado de trabajo o nuestro sistema de bienestar, recortando en ciencia, cultura e innovación?

“Ahora más que nunca resulta necesario zafarse de los discursos apocalípticos sobre la cultura”

Efectivamente en algún momento, Europa especialmente, está teniendo la necesidad de replantear su papel en otro mundo global y multipolar. Y este proceso, aunque resulte doloroso para ese eurocentrismo que nos aqueja, se da en un momento histórico en el que estamos presenciando el mayor salto hacia la prosperidad por parte del mayor conjunto de población mundial. Sin parangón en la historia de la humanidad, ingentes cantidades de chinos, indios, brasileños, peruanos, nigerianos o cameruneses traspasan la barrera de los 2 US\$ diarios, que según los organismos internacionales supone la diferencia entre ocupar todas tus neuronas en la supervivencia de hoy a pasar a pensar en la existencia de un futuro. En los próximos 20 años, la clase media mundial va a pasar de los poco más de 200 millones de miembros en los países emergentes a casi 1.900 millones esparcidos por diversos rincones del planeta aunque la mitad de ellos en China. A pesar de nuestra depresión, sí son buenos tiempos para la lírica. Porque la lírica siempre fue patrimonio de hombres y mujeres que ganaron su dignidad en lucha contra la miseria.

Ahora más que nunca resulta necesario zafarse de los discursos apocalípticos sobre la cultura y hay que hacer algo más que preguntar a agentes creativos sobre el incierto devenir del sector. Preguntarle a Javier Marías o cualquier otro creador sobre la política cultural es lo mismo que preguntarle a un taxista sobre la política de transporte. A menos de que se dé la improbable circunstancia de que el taxista sea también un especialista en políticas de transporte lo más posible es que su opinión sea menos útil que la del ciudadano medio, dado el evidente conflicto de intereses que

plantea su profesión. En este sentido, se olvida con bastante frecuencia que el objetivo de las políticas culturales no son ni los creadores, ni la industria cultural, ni siquiera la cultura, sino, como en todas las políticas públicas, la ciudadanía. El cine español, la *Biblioteca Nacional* o la edición de libros en galego son meros objetivos instrumentales para alcanzar la mejora del bienestar de la ciudadanía. Los argumentos sobre la intervención pública en cultura repiten un sobado argumentario que en la mayoría de los casos no resiste el más mínimo análisis desde el criterio de la racionalidad. Que el editorial de un periódico de referencia incorpore la repetida pregunta sobre si la cultura es una necesidad o un lujo, resulta una buena muestra de la altura del debate.

“El valor intrínseco de la cultura es que maximiza nuestro bienestar, satisfaciendo nuestros derechos culturales a ser, participar y comunicar, promoviendo el desarrollo individual y social”

Política cultural para la satisfacción de los derechos culturales

La justificación primigenia de las políticas culturales se sustenta, —como para cualquier otra política pública— en el valor intrínseco de la cultura para maximizar nuestro bienestar. Dicho valor no se deriva de la máxima del “arte por el arte” o del valor artístico de la obra creada sino de la capacidad de la creatividad, el arte y la cultura de afectarnos cognitivamente, estéticamente o espiritualmente y transformar nuestra dimensión individual, social, ciudadana, económica o política, influyendo en nuestro sentido de pertenencia, de identidad, construyendo nuestro capital social, alimentando el conocimiento que nos dota de autonomía, conformando nuestra sensibilidad y la capacidad de obtener utilidad del goce estético y amplificando nuestras capacidades expresivas y comunicativas. Esto es, satisfaciendo nuestros derechos culturales a ser, participar y comunicar, promoviendo el desarrollo individual y social en sentido de **Amartya Sen**¹. Y esto tiene menos que ver con bibliotecas nacionales, museos, grandes

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

Industrias creativas			
Patrimonio	Sitios culturales Arqueológicos, museos, bibliotecas, exposiciones.		Expresiones culturales tradicionales Artesanía, festivales, fiestas.
Artes	Visuales Pintura, escultura, fotografía, antigüedades.		Artes escénicas Música, teatro, danza, ópera, circo, marionetas.
Medios	Impresos Libros, prensa, etc.		Audiovisuales Cine, televisión, radio, emisiones varias.
Creaciones funcionales	Diseño Interiorismo, gráfico, moda, joyería, juguetes.	Servicios creativos Arquitectura, publicidad, I+D creativos, servicios culturales y recreativos	Nuevos medios Software, videojuegos, contenido creativo digital.

Clasificación de las industrias creativas.

Fuente: Unctad (United Nations Conference on Trade and Development), 2011. *Economía creativa: Una opción factible de desarrollo, Informe 2010*. http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

ciclos de teatro, ópera o cuotas de pantalla y mucho más con participación, actitudes, acceso a Internet, usos de los espacios públicos, clases de prácticas artísticas, la formación creativa, alfabetización digital, circuitos de proximidad...

En este sentido, la cultura puede ser definida como la emisión por parte de los creadores de flujos de información a los cuales están expuestos los receptores, sacudidas perceptibles sobre los sentidos y sobre las emociones de carácter cognitivo, estético o espiritual y tienen potencialmente e intencionadamente la capacidad de transformar nuestros referentes simbólicos, la manera de percibir otros flujos de información y a afectar nuestros comportamientos.

Que la cultura pueda afectar a nuestros derechos culturales no significa que resulten legitimadas la actuales y concretas políticas culturales de los países europeos. Desde una pueril visión “buonista” de lo cultural y con el argumento de la “democratización de la cultura” hemos conseguido que nadie se escandalice ante la obvia ineficacia de la mayoría de las políticas culturales (la principal variable que explica las variaciones de la cuota de mercado del cine español no son ni los recursos, ni la regulación destinada a la protección del cine español, sino de si Santiago Segura estrena o no versión de *Torrente* —¿alguien tenía que decirlo!—), su escasa eficiencia (es decir, cuando consiguen sus objetivos, los podrían haber conseguido con una mejor utilización de los recursos utilizados) y lo que es más escandaloso, su elevada regresividad fiscal (simplificando, es dinero de todos para los más ricos).

La cultura es un medicamento de amplio espectro

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark
Cultura: la vacuna de amplio espectro

A pesar de estos males comunes en toda Europa, la política cultural es ahora más necesaria que nunca. La cultura es un medicamento de amplio espectro y ahora no sólo sirve para satisfacer nuestros derechos culturales, sino que recientes investigaciones evidencian que el tamaño de los sectores culturales son la variable más determinante (fíjense que no digo: “una variable importante”, sino “la más determinante”) para explicar las diferencias de renta per cápita de las regiones Europeas, y que hay una relación causal bidireccional entre cultura y riqueza. A modo de ilustración, un incremento del 1% en los ocupados en las actividades creativas y culturales, en una región Europea, suponen 1.600 euros de renta per cápita más (Rausell-Köster *et al.*, 2012). Así la diferencia de la renta per cápita entre la Comunidad de Madrid y Catalunya² —de casi 2.200 euros en 2012— viene principalmente explicada por la diferencia de un punto entre la población activa dedicada a la creatividad y la cultura. Y esta circunstancia va mucho más allá de la manida relación entre cultura y turismo habitualmente mal entendida. Para quien no lo sepa: la productividad de un empleado en el sector de la cultura casi duplica a uno del sector turístico. Pero además, las empresas culturales tienen tasas de supervivencia superiores a la media de las empresas, requieren

€©NOMÍ@ D€
£@ €U£TU®@

menos capital inicial, son intensivas en trabajo con elevados niveles de formación y usan más intensamente las TIC. ¿No les parece que la cosa encaja bien con las necesidades de nuestro sistema productivo?

La cultura, además, se muestra como herramienta instrumental válida para la consecución de muchos otros objetivos sociales como la lucha contra el fracaso escolar, la inclusión de colectivos en riesgo o la integración digna de colectivos de inmigrantes, el empoderamiento de mujeres de mediana edad con bajos niveles de formación, la inserción de población reclusa, la mejora en enfermedades degenerativas de población mayor, etc.

Pero más aún, lo que hoy ya sabemos de manera cierta es que la concentración de actividades culturales y creativas en un determinado territorio cambia la lógica y el funcionamiento de sus dinámicas económicas de una forma más profunda y compleja de lo que habíamos supuesto hasta ahora, debido a que generaliza una propensión a la innovación. Sabemos también que el “campo cultural” exporta hacia el resto de los campos socioeconómicos un conjunto de valores que implican un replanteamiento ético y que encajan mejor con el concepto de desarrollo sostenible. El activismo cultural, la investigación, la extensión de los usos avanzados de la tecnología, la innovación social y política y el éxito económico están profundamente entrelazados. Lo que resulta evidente es que el contenido simbólico y creativo de una comunidad, especialmente en Europa, ya no representa exclusivamente su dimensión cosmética sino que de alguna manera contiene los pilares centrales de la frontera de posibilidades de su competitividad socioeconómica y condiciona su grado de desarrollo.

Una política cultural inteligente, al margen de las naderías poco informadas que lanzan la mayoría de los agentes culturales y creadores consultados, significa haber entendido el carácter estratégico de una de las pocas vías plausibles de especialización donde las ventajas competitivas de España y sus Comunidades Autónomas no quedan eclipsadas por la superioridad tecno-científica de la Europa Central y EUA o las ventajas de las manufacturas de las potencias emergentes. Si efectivamente se planteara como objetivo que las actividades culturales y creativas ocuparan el 10% de la población activa en España, como ha señalado algún responsable político del PP, significaría el escape definitivo a la crisis y el efectivo cambio de modelo productivo y, lo que es más importante, un incremento notable del bienestar. Esto, les aseguro, no se solventa con una nueva *Ley de Mecenazgo* —que por cierto, ya hay una ley de mecenazgo en España, a pesar de que todos hablan como si no tuviéramos ningu-

na-. La única condición necesaria (aunque no suficiente) es dedicar al desarrollo de la política cultural el 1% del gasto del gobierno central, entre el 2% y el 3% de los gobiernos autonómicos y entre el 5 y el 10% de los gobiernos locales. Aun con crisis se pueden aplicar porcentajes, ¿no?

Pero la nueva política cultural no puede ser construida desde la inercia y sobre el argumentario tradicional. Es necesario una política cultural de nueva planta, cuyos objetivos principales sean la efectiva satisfacción de los derechos culturales de la ciudadanía. Se trata de socializar “los privilegios” de la clase creativa en términos de autonomía intelectual y de emprendizaje, capacidad crítica, poder expresivo y riqueza comunicativa, para convertirlos en atributos del conjunto de la ciudadanía, mejorando así, través de la innovación, el sistema económico, social y político.

La concentración de actividades culturales y creativas en un determinado territorio cambia la lógica y el funcionamiento de sus dinámicas económicas de una forma profunda y compleja

Son pilares indispensables:

a) un sistema estable de reconocimiento de los derechos de apropiación del valor económico de la creación, producción y distribución cultural que vaya mucho más allá de los modelos tradicionales de propiedad intelectual, y reconozca que la generación de valor en la producción simbólica es un proceso de construcción social, que requiere también servirse de los procomunes, de la actividad de los prescriptores y del papel de los consumidores;

b) la profundización del emprendizaje cultural, el escape a la desburocratización de los procesos, junto con un sistema aceptable de regulación laboral del trabajo creativo profesional, que aun en ámbitos de elevada flexibilidad, sea capaz de mantener niveles admisibles de seguridad y estabilidad vital;

c) la “liberación” para usos creativos colectivos de las ingentes infraestructuras que hemos proyectado en las últimas décadas;

d) no nos quedan muchas recetas mágicas para las actividades culturales y creativas, en un entorno de escasez de recursos públicos, con una demanda privada decreciente y con una cantidad ingente de capital humano con elevados niveles de formación infrautilizado. Todo apunta a que la internacionalización deviene no sólo una estrategia adecuada, sino necesaria. La diversidad de contextos y características de las actividades culturales y creativas exige propuestas a medida para cada uno de los sectores. Los cuellos de botella comunes se concentran en la falta de financiación, las deficiencias en las capacidades y habilidades en la gestión de las relaciones internacionales, la inmadurez de las estrategias alrededor de la consolidación de una o varias marcas de la producción cultural y creativa española, y la mejoras posibles en la coordinación de las distintas estrategias y agencias de la acción cultural exterior; finalmente:

e) se debe proveer, instigar y promover investigación sobre la relación entre los individuos y el hecho cultural para que agentes privados, el mundo asociativo o el propio sector público evalúen y tomen decisiones informadas, de suficiente capacidad técnica y calado democrático.

¿No lo ven? La cultura es la luz al final del túnel.

Notas

1. https://es.wikipedia.org/wiki/Amartya_Sen

2. Según el *Instituto Nacional de Estadística (INE)*, en 2012 Madrid tuvo una renta de 29.385 euros/habitante y Catalunya de 27.248 euros/habitante.

<http://www.ine.es/prensa/np774.pdf>

Referencias

Rausell-Köster, Pau et al. (2012): La cultura como factor de innovación económica y social. Proyecto Sostenuto, Tomo 1. <http://www.ine.es/prensa/np774.pdf>

Rueda, Fernando (coord.); Celaya, Javier; Rausell-Köster, Pau; Villarroya-Planas, Anna (2013): Internacionalización de las industrias culturales y creativas españolas. Fundación Alternativas.

<http://www.falternativas.org/content/download/20310/526808/version/8/file/Internacion+-+Documento+Completo+OK.pdf>

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark